

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL GRUPO GLORIA COMO MODELO DE VALOR COMPARTIDO**

REY, Ricardo<sup>1</sup>

BERNAL, Viviana<sup>2</sup>

### **Resumen**

En el presente escrito se contrasta la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Gloria como modelo de valor compartido en los procesos empresariales, estableciendo el impacto en los enfoques tradicionales (económico-social), libre mercado, medio ambiental, gobierno corporativo, calidad de vida y participación activa de la comunidad, teniendo como punto de referencia los proyectos liderados y llevados a cabo por dicha compañía para generar un aporte, contribuir al progreso y satisfacer necesidades.

Es por esto, que se utilizaran postulados tales como: Howard Bowen, Peter Drucker, Milton Friedman y Daniel Bell, para así poder comprender la parte teórica de la Responsabilidad Social Empresarial y su aplicabilidad. Luego se procederá con el análisis de la metodología del Grupo Gloria versus Grupo Alpina para concluir con las recomendaciones que se sugieren teniendo como base los objetivos de desarrollo sostenible.

**Palabras clave:** Calidad de Vida, Gobierno Corporativo, Participación Activa de la Comunidad, Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, Valor Compartido.

---

<sup>1</sup> William Ricardo Rey Jimenez, estudiante optando para el título Profesional Negocios Internacionales de la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá.

<sup>2</sup> Viviana Angélica Bernal Torres, estudiante optando para el título Profesional Negocios Internacionales de la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá.

## Abstract

This paper contrasts the implementation of the Gloria Group's Corporate Social Responsibility as a model of shared value in business processes, establishing the impact on traditional approaches (economic-social), free market, environment, corporate governance, quality of life and active community participation, taking as a point of reference the projects led and carried out by the company to generate a contribution, contribute to progress and meet needs.

For this reason, postulates such as Howard Bowen, Peter Drucker, Milton Friedman and Daniel Bell will be used in order to understand the theoretical part of Corporate Social Responsibility and its applicability. Then we proceed with the analysis of the methodology of Gloria Group versus Alpina Group to conclude with the recommendations that are suggested based on the objectives of sustainable development.

**Keywords:** Active Community Involvement, Corporate Governance, Corporate Social responsibility, Quality of life, Shared Value, Stakeholders.

## Introducción

Hoy por hoy, el mundo de los negocios y el comercio en general no se limitan a la compra y venta de productos y servicios. Cada vez los consumidores y la sociedad son mucho más exigentes y sus requerimientos no se limitan a solicitudes mínimas de calidad establecida y esperada para un producto o servicio objeto de compra. La sociedad en general se ha preocupado en gran

medida por el impacto de las compañías en la sociedad, por conocer el origen y procesos de los artículos que consumen y además por conocer como es el relacionamiento y el impacto de estos procesos en la sociedad que los rodea y sobre la cual tienen un alto grado de impacto e influencia.

Es en este punto en donde la Responsabilidad Social Empresarial toma gran relevancia, toda vez que el impacto generado por una compañía en una sociedad no tienen un final únicamente con la manufactura o comercialización, todos los procesos de abastecimiento, producción, comercialización y pos-venta entre otros, tienen un alto impacto e influencia en la sociedad, bien sea por temas sociales, económicos, ambientales, o comerciales, es por esto que las empresas han tenido que fijar su atención en estos aspectos, y su visión estratégica como compañía ha tenido que evolucionar, con el fin de tener en cuenta estos distintos grupos de influencia, en busca de implantar y desarrollar factores éticos en su relacionamiento con sus variados grupos de influencia para generar en estas comunidades beneficios adicionales y valores agregados distintos a los de su objeto social.

Con base en esta tendencia que no es nueva pero se va desarrollando poco a poco, las compañías en América Latina están gestionando proyectos de Responsabilidad Social Empresarial que

no se centren en actividades caritativas o simples apoyos económicos, sino que se conviertan en iniciativas reales que generen procesos de apoyo, beneficio y acompañamiento a los grupos de interés, pero que paralelamente agreguen valor a la operación de las compañías y que puedan estar alineados con sus objetivos corporativos, para que en esta vía se pueda aportar de manera importante al desarrollo de las partes interesadas.

Puntualmente para el caso de Colombia y Perú, es de gran relevancia el impacto que generan compañías como son el GRUPO GLORIA de Perú y la compañía ALPINA de Colombia, estas empresas por la naturaleza de sus operaciones y por los productos que manufacturan y comercializan, generan un alto impacto en la sociedad y en el ambiente debido a sus procesos de acopio, producción, comercialización y pos-venta, de ahí la importancia de identificar y analizar las iniciativas de Responsabilidad Social de estas compañías, además del impacto y el efecto que estas pueden generar en la sociedad y en los distintos grupos de interés, con el fin de poder evaluar si

dichas iniciativas realmente generan un aporte sustancial y participación de la comunidad activa, o simplemente son acciones encaminadas al cumplimiento

de una ley blanda o de un requisito corporativo pero sin ninguna trascendencia real en la sociedad.

## 1. Desarrollo: Responsabilidad Social

Lo que genera una toma de consciencia por parte de los ciudadanos en su papel de consumidores y los empresarios en su cumplimiento responsable del objeto social de la compañía, de este modo, la RSE comienza a implementarse como una tendencia para luego convertirse en un sello característico y filantrópico que atraviesa todas las ares de la compañía, donde si es bien implementada, brinda un valor agregado a las empresas y la forma de ver por parte del consumidor es positiva. (García, 2016)

La RSE es un concepto que sigue siendo complementado en las diferentes décadas de tiempo, sin embargo es necesario tener un punto de partida y para entender más a fondo el significado de Responsabilidad Social, a continuación se exponen las principales definiciones:

Howard R. Bowen en 1953 publica su libro: *Social responsibilities of the businessman* donde define la responsabilidad social como: “Las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (Bowen, 1953).

Mientras que en el libro verde, publicado por la Comisión de Comunidades Europeas define la Responsabilidad Social Empresarial como la: “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

“La manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores”. (Organización Internacional del Trabajo, 2008).

Y Para complementar, Peter Drucker afirma que "cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social". (Drucker, 1996).

En ese sentido, se establece que la RSE consiste en la implementación de políticas dentro de la organización para el desarrollo de su actividad pero que no afecten a la sociedad sino por el contrario, se trabaja en conjunto para cumplir los objetivos de la empresa contrarrestando problemas de carácter

económico y social, acorde a la necesidad de la comunidad.

## 2. Enfoques

Para entender el alcance de la Responsabilidad social empresarial, es necesario entender los enfoques en los cuales ha incursionado y explica su razón de ser.

Por lo que a continuación se exponen los siguientes enfoques:

### 2.1 Enfoque tradicional económico

Milton Friedman economista neoliberal y defensor de la economía de libre mercado expreso en The Sunday Times Magazine: que la RSE era un condicionamiento a la libertad individual e iba en contra de la finalidad de las empresas, que para él era maximizar ganancias y redistribuirlas entre los accionistas, puesto que las utilidades no iban a ser totalmente aprovechadas en pro de la empresa sino por el contrario se iban a invertir actividades filantrópicas sin

ningún aprovechamiento. Por consiguiente él implementó una teoría la cual afirmaba que la responsabilidad empresarial consistía en maximizar ganancias y utilizar de manera eficiente los recursos, en pro de los accionistas, logrado esto la sociedad aprovecharía más fuentes de empleo, las obras de inversión y la producción de bienes y servicios otorgados por las empresas. (Friedman, 1970).

## 2.2 Enfoque tradicional social

Por otro lado, Daniel Bell, sociólogo y partidario del enfoque social filantrópico afirmaba que la corporación es una institución a favor de la sociedad, por consiguiente debía existir una retribución por parte de la empresa para mejorar la calidad de vida de la comunidad y del grupo social que llevaban a cabo los procesos empresariales y no solo satisfacer las necesidades de los accionistas ya que al fin y al cabo no eran los únicos dueños sino que existan otros que participaban de manera directa e indirecta en el ámbito empresarial. (Bell, 1965).

En consecuencia, si los empresarios asumían una responsabilidad social esto favorecería de gran manera su imagen ante el mercado logrando un crecimiento en su número de usuarios, clientes y consumidores de bienes, productos y/o servicios que la empresa suministra.

## 2.3 Enfoque de Libre Mercado

Para el presente enfoque se presenta el postulado de Friedman como se citó en (Yepes, Peña, & Sánchez, 2007):

“Los empresarios tienen una y solo una responsabilidad social: usar los recursos e involucrarse en actividades que incrementen sus propios beneficios”

Friedman soportaba su argumento en los principios de la economía clásica, donde bien se sabe que no existe una armonía entre lo privado e individual, lo público y lo social pero es ahí donde se interconecta lo social, económico y moral donde cada ente persigue sus fines propios actuando

de manera indirecta en pro de un bienestar colectivo.

Por lo anterior, “es el libre mercado el que se encarga de mantener orden y equilibrio en la sociedad pues cada individuo en la búsqueda de su bienestar individual genera una dinámica de expansión que se propaga por la fuerza individual y conduce al bienestar general” (Yepes, Peña, & Sánchez, 2007).

## 2.4 Enfoque Medio Ambiental

De acuerdo con Adam Werbach, se entiende que la sostenibilidad empresarial es posible a partir del desarrollo de cuatro componentes: Social, Económico, Ambiental y cultural los cuales impulsan una estrategia centrada en los resultados finales para recortar gasto, generar una nueva base de clientes y conseguir mantener relaciones satisfactorias con los consumidores y la comunidad. (Yepes, Peña, & Sánchez, 2007).

Este enfoque que tiene como principal actor al medio ambiente, lo plantea como recurso finito que hace posible los negocios y que debe actuar en armonía con otros componentes para desarrollar el objeto social de la empresa.

Es por esto, que el medio ambiente es considerado como uno de los 4 factores de producción que sin mano de obra que lo trabaje no tendría ninguna utilidad; Sin embargo, año tras año la intervención del hombre ha deteriorado esta fuente, generando preocupación por parte de organismos internacionales si bien permiten la continua utilización de este factor, solicitan a cambio un aporte ya sea económico y/o humano para recompensar los posibles daños que no solo afectan a la compañía sino a toda la sociedad humana, animal y vegetal.

## 2.5 Enfoque Gobierno Corporativo

“El gobierno corporativo consiste en el conjunto de relaciones que se establecen entre los diferentes

participantes en la empresa con el fin de garantizar que cada uno reciba lo que es justo. Esto es crucial para proveer los incentivos adecuados para que se realicen las inversiones necesarias para el desarrollo de la empresa. La razón para que esto no ocurra en forma automática es la existencia de asimetrías de información y la imposibilidad de implementar contratos frente a cada una de las posibles eventualidades futuras.” (Lefort, 2003).

El enfoque de Gobierno Corporativo de acuerdo Lefort explica que debe existir una relación, una estructura para mejorar el desempeño empresarial en sus principales áreas como lo son gestión, administración, producción por medio de buenas prácticas avaladas internacionalmente y de esta manera generar beneficios a todas las personas de orden interno en una compañía.

## 2.6 Enfoque Calidad de Vida

“La gestión del capital humano, enfocada con la visión de una empresa

socialmente responsable, crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y participativo en el que todos sus miembros interactúan a partir de bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional, contribuyendo para que alcancen una mejor calidad de vida.” (Cajiga, 2018).

El enfoque Calidad de Vida por medio de una participación NO discriminatoria brinda apoyo y mejora a empleados, clientes y grupos de interés, mediante proyectos que promueven el desarrollo ético, profesional y personal, brindando la sensación de realización por parte de la comunidad y a su vez mejorando la imagen corporativa.

## 2.7 Participación Activa de la comunidad

“El desarrollo comunitario es influenciado por las actividades productivas y servicios que se presenten en la zona, por ello las organizaciones pueden promover el mejoramiento de la



calidad de vida de sus habitantes, mediante una adecuada participación y distribución de responsabilidades. En este orden, la entidad es capaz de contribuir con la creación de empleos y generación de ingresos, mediante la implementación de tecnologías, programas educativos, inversión y diversificación de actividades económicas, y el apoyo a organismos e instituciones de bienestar social dentro de la comunidad.” (Ministerio de Relaciones Exteriores, Reino de los Países Bajos, 2018).

El fin de la empresa es la comunidad. Dicha premisa va ligada a este enfoque puesto que es responsabilidad de las entidades brindar espacios para la participación de la sociedad, llámese puestos de trabajo, zonas verdes, inversión y/o aportes a salud, educación, entre otras, que permitan la correcta integración, desarrollo y participación de la sociedad y así promover valores culturales que mejoren no solo la calidad de vida sino la convivencia y la adecuada relación persona – empresa.

## 2.8 Enfoque de los Stakeholders

“Los *Stakeholders* son aquellos individuos, o grupo de individuos que se ven afectados o afectan el desarrollo de la actividad empresarial. En este sentido, el concepto de *Stakeholder* recoge, no solo grupos de individuos pertenecientes a la corporación, sino también externos a ella y con diferente grado de implicación en sus procesos productivos u organizativos”. (Saavedra, 2010)

El enfoque de los *Stakeholders* va direccionado a solucionar posibles consecuencias causadas por ejecutar el objeto social de la compañía y que afecten de manera negativa a los individuos y/o grupos de interés en aspectos tales como: económicos, medio ambientales, calidad de vida, entre otros ya que en este postulado lo que se intenta es lograr un equilibrio entre la vida y el ciclo empresarial, donde no se afecte ninguna de las dos partes.

### 3. CASO DE ESTUDIO

De acuerdo a la información recolectada y con el fin de poder analizar de manera directa los procesos de Responsabilidad Social Empresarial en el contexto Colombiano y Peruano, se va a profundizar en el desarrollo de estos procesos por parte de la Empresa Alpina S.A de Colombia y la empresa Gloria S.A. de Perú, estas dos empresas han sido seleccionadas para este análisis con base en la similitud que presentan en sus procesos y productos, lo cual debe generar impactos semejantes en sus grupos de influencia en la sociedad.

#### 3.1 GLORIA S.A. – PERU



*Ilustración 1 Logo Grupo Gloria. Recuperado de <https://pulsaplaymkt.wordpress.com/2016/06/02/tiempos-de-gloria/>*

La compañía GLORIA S.A. fue fundada en Perú en el año 1941 en la zona sur del país, y desde entonces empezó una acelerada carrera de crecimiento apoyada en su producto emblemático que es la Leche Evaporada, a través de los años fue expandiendo sus zonas de recolección y su capacidad instalada, inclusive formo su propia flota de vehículos de carga con los que se apoya para los procesos de recolección y distribución. Inicialmente la compañía nació con el nombre de General Milk Company Inc., la cual en 1978 fue adquirida por la compañía Carnation Company que en el año 1985 pasaría a ser adquirida por NESTLE de Suiza, pero finalmente en este mismo año la empresa José Rodríguez Banda S.A. de capital Peruano adquirió la mayoría de acciones de la Suiza Nestle, lo cual los convertiría en los accionistas mayoritarios de GLORIA S.A. (Grupo Gloria S.A, 2018).

En los años 90 la compañía inicia un ambicioso plan de expansión y crecimiento que más allá de profundizar en tecnología y sistematización, buscaba la consolidación de la compañía

mediante la adquisición de otras compañías relacionadas y con negocios complementarios, es desde este momento que la compañía inicia su proceso de expansión e internacionalización en el que adquieren a la fecha más de 30 compañías de diferentes sectores como son Alimentos, Agroindustria, Papeles y Cartones, y Cemento entre otros, y además expanden su operación a más de 5 países con operación propia en donde se destacan Colombia, Argentina y Ecuador, y además actualmente realiza exportaciones de sus diferentes productos a más de 40 países (Grupo Gloria S.A, 2018).

Entre los productos alimenticios producidos y comercializados por la compañía GLORIA S.A., los cuales tienen su origen en el sector lácteo, se destacan la leche en diferentes presentaciones como la evaporada, entera y en polvo, además de jugos, yogurt, panetones, mermeladas, chicha morada, dulce de leche y manjar blanco.



Ilustración 2 Productos Grupo Gloria.  
Recuperado de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/lacteos-gloria-empezo-a-operar-en-forma-en-colombia/259130>

### 3.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE) GLORIA S.A.



Ilustración 3 Gloria es considerada como la empresa más responsable socialmente.  
Recuperado de <https://codigo.pe/datum-gloria-es-considerada-la-empresa-mas-responsable-socialmente/>

La empresa Gloria a lo largo de su historia se ha caracterizado por sus importantes aportes en materia de

Responsabilidad Social Empresarial, esto apoyado principalmente por sus grandes aportes económicos a la sociedad Peruana, incluso ha liderado el ranking generado por la compañía MERCO que se destaca como uno de los principales Monitores Empresariales de Reputación Corporativa con alcance a más de 10 países en América y Europa.

En los últimos años la participación e influencia de la compañía Gloria S.A. en los procesos de responsabilidad Social en Perú ha bajado considerablemente, durante los últimos 5 años se mantuvo ubicada en el top 10 de este ranking, pero en el año 2017 se dio un fuerte descenso en donde finalmente se ubicó en el puesto 82 como se observa en las siguientes imágenes del estudio:

Las acciones en materia de Responsabilidad Social de GLORIA S.A. principalmente se basan en donaciones, la compañía no tiene establecido un programa de RSE por lo que sus acciones en esta materia se limitan a donaciones en dinero y en productos propios a poblaciones de bajos recursos

o temporalmente en zonas donde por condiciones ambientales o sociales se hace importante su aporte.

## merco 2016

1 10.000 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	26 6.131 SAGA FALABELLA
2 9.089 BACKUS Y JOHNSTON	27 6.090 IBM
3 8.294 INTERBANK	28 6.087 COSAPI
4 7.679 ALICORP	29 6.084 UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
5 7.263 KIMBERLY-CLARK	30 6.050 UNIVERSIDAD ESAN
6 7.255 FERREYROS	31 6.046 CENCOSUD
7 7.247 GRAÑA Y MONTERO	32 6.033 AFP INTEGRA DEL GRUPO SURA
8 6.947 GLORIA	33 6.020 MICROSOFT
9 7.142 PROCTER & GAMBLE	34 6.019 CENTRUM CATÓLICA
10 7.003 BOVA CONTINENTAL	35 6.007 MINERA ANTAMINA
11 6.783 LATAM	36 5.973 EL COMERCIO

*Ilustración 4 Marco, Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2016. Recuperado de <http://merco.info/pe/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>*



Ilustración 5 Marco, Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2017. Recuperado de <http://merco.info/pe/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>

Adicional a lo anterior la compañía también ha intentado incursionar de otras maneras ofreciendo apoyo a la sociedad, concentrando sus esfuerzos en grupos de interés de la empresa los cuales podrán generarle un valor como resultado de estos aportes obteniendo así valor compartido entre los interesados, es así como se ha trabajado en planes de apoyo al sector ganadero, principalmente en busca de mejorar las condiciones de infraestructura de las fincas productoras de leche, en capacitar a los ganaderos de las regiones de abastecimiento, tanto en procesos productivos, como veterinarios y además

administrativos para el mejoramiento continuo de sus negocios.

## Gloria dona más de 20 mil raciones de leche a niños y niñas de La Huaca

17 mayo, 2018



¡SIGUENOS!

f 97,794 Fans

0 Seguidores

966467055

Anuncia en Cutival

Ilustración 6 Gloria dona más de 20 mil raciones de leche a niños y niñas de la Huaca 2018. Recuperado de <http://www.radiocutivalu.org/gloria-dona-mas-de-20-mil-raciones-de-leche-a-ninos-y-ninas-de-la-huaca/>

## EL TIEMPO

EL DIARIO DE PIURA

Local Nacional Internacional Economía Deportes Tendencias Opinión Cine Sociales La Revista Rusia 2018

Cultura Destinos Espectáculos Salud Entrevista Cocina Decoración y Hogar Tecnología Reseña Semana

DESTACADOS < DONACIÓN > < SALUD > < MEDICINA > < CINE > < RESERVOIR > < AGUICERO > < VOLUNTARIO > < INGENIERIA > < TENDENCIAS EDUCACIONALES DE TIEMPO >

## Estas son las empresas que ayudan en tiempo de emergencia

10:11 pm | 28 de marzo 2017



INSTITUTO MEDICO DEL DOLOR Y REHABILITACION

Avanzada Tecnología en Medicina Regenerativa y Manejo del Dolor Muscular Esquelético.

ONDAS DE CHOQUES RADIALES

DR. SILVANA BORRERO RAMIREZ

MEDICINA DOLOR REHABILITACION

CAMP. PIAZA HAY 21870

AV. LAS CAJAS 1901 Urb. Santa Isabella Piura T. 073-304057

(A espaldas del Colegio Santa María) C. 96663421

Cine

Ilustración 7 Estas son las empresas que ayudan en tiempo de emergencia 2018. Recuperado de <http://eltiempo.pe/estas-son-las-empresas-que-ayudan-en-tiempo-de-emergencia/>





Ilustración 8 Sistema de Información Gloria 2018. Recuperado de <https://infogloria.pe/>

#### 4. ALPINA S.A. – COLOMBIA



Ilustración 9 Logo Alpina S.A. Recuperado de <http://corporativo.alpina.com.co/>

La compañía ALPINA S.A. fue fundada en el municipio de Sopo, Colombia en el año 1945 por dos Suizos llamados Max Bänziger y Walter Göggel

que cuando llegaron a este municipio en este año buscaron dedicarse a la fabricación artesanal de quesos, siendo pioneros en Colombia en la producción de variedades como Emmental, Gruyere y parmesano. (Grupo Alpina S.A, 2018).

Con el pasar del tiempo y ya con una historia de más de 70 años de fundación, Alpina ha concentrado sus esfuerzos durante este tiempo en el desarrollo y ampliación de su portafolio de productos, es así como en 1968 la compañía abrió su primera planta de producción en Sopo y lanzo dos productos de suma importancia, como

son el yogurt y el Kumis pasando así de ser una empresa pequeña y familiar para convertirse en una empresa de gran tamaño. Entre los años de 1980 y 2006 la compañía continúa sus procesos de crecimiento y expansión con el lanzamiento de nuevos productos y el desarrollo y apropiación de nuevas tecnologías en materia de procesamiento y conservación de los productos, con base en esto inicia su expansión por el territorio nacional y hacia mercado extranjeros como Venezuela y Ecuador (Grupo Alpina S.A, 2018).

A partir del año 2007 la compañía continua trabajando en el desarrollo de sus productos, y paralelamente crea la Fundación Alpina la cual gana una importante significancia al trabajar de manera constante en el mejoramiento de condiciones a nivel económico, educativo y social, principalmente para el segmento de interés del área rural de la población.

En la actualidad la compañía se posiciona como la empresa láctea número uno del país con presencia total en Colombia, 6 plantas de producción a

nivel nacional, además de dos plantas de producción en Ecuador y una más en Venezuela, y con exportaciones finales a 11 países principalmente en América.



*Ilustración 10 Informe de Sostenibilidad 2017.*  
 Recuperado de  
<http://corporativo.alpina.com.co/wp-content/uploads/Informe-de-sostenibilidad-Alpina-2017-.pdf>

Alpina desde su creación de ha preocupado bastante por los productos que ofrece, es así como desde su creación ha concentrado su producción en productos de origen lácteo como la leche, los quesos, distintos tipos de yogures, kumis, jugos y postres, y en los últimos años ha trabajado fuertemente en el desarrollo de productos con mayores beneficios alimenticios como los pro

bióticos, los productos finesse y la línea baby.



Ilustración 11 Portafolio de Productos y Servicios 2018. Recuperado de [https://www.clickalpina.com/html/archivos/archivos/HechosdeLaSemana/Septiembre26\\_2011/Cabana.pdf](https://www.clickalpina.com/html/archivos/archivos/HechosdeLaSemana/Septiembre26_2011/Cabana.pdf)

#### 4.1 Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ALPINA S.A.

Alpina S.A. es una compañía que desde el inicio de sus operaciones ha centrado grandes esfuerzos e importantes recursos en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial, es así como esto se demuestra en que es una de las compañías líderes en esta materia en Colombia, prueba de esto es el reconocimiento otorgado por el Índice de Inversión Social Privada (IISP) generado

por la firma Jaime Arteaga & Asociados S.A.S. en donde por segundo consecutivo año ocupa el tercer puesto a nivel nacional de las empresas con mayor índice de inversión social. De la misma forma en materia internacional la compañía también se destaca en el histórico de posicionamiento en el ranking generado por la compañía MERCOSUR en donde durante los últimos siete años se ha mantenido en el Top 5 del estudio, y en los últimos dos años ha mantenido el tercer puesto como se observa en las siguientes imágenes del estudio:





Ilustración 12 Marco, Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2016. Recuperado de <http://merco.info/co/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>



Ilustración 13 Marco, Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2017. Recuperado de <http://merco.info/co/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>

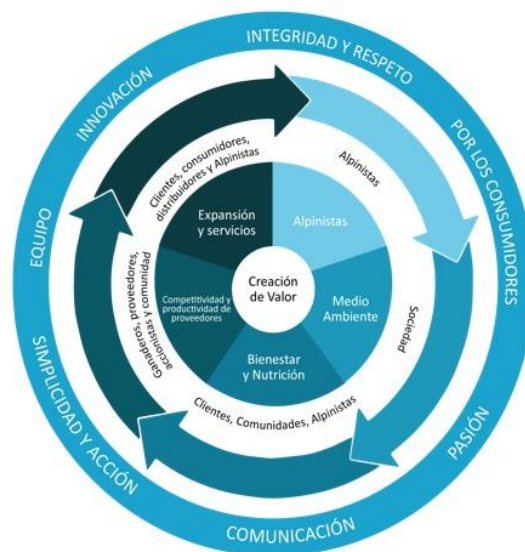
## 4.2 Ámbito Corporativo

La compañía Alpina tiene un vasto campo de acción en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial, esto con base en que la compañía ha alineado sus objetivos corporativos en este sentido, en primera medida impulsándolo desde el interior hacia el exterior, y es así como se demuestra un importante apoyo a su recurso humano en donde además de las condiciones de trabajo óptimas y los planes de carrera y capacitación que desarrolla, también maneja planes de desarrollo en materia de educación personal y familiar, apoyos financieros para la adquisición de vivienda para los empleados, préstamos y descuentos en sus propios productos, lo cual se convierte en iniciativas de gran importancia para el desarrollo y bienestar de los trabajadores de la compañía.

Además de los proyectos Internos, la compañía también se preocupa por la sociedad y su entorno, y de esta manera desarrolla también iniciativas cuyo impacto beneficie a los

grupos de interés en donde la compañía genera impactos directos e indirectos:

Modelo de Sostenibilidad de Alpina:



*Ilustración 14 Informe de sostenibilidad 2014.*  
 Recuperado de <http://corporativo.alpina.com.co/sostenibilidad/qu-e-es/>

“En Alpina la sostenibilidad es una forma de hacer negocios en donde, somos conscientes de que nuestras acciones y decisiones diarias y futuras tienen efectos en el terreno social, medioambiental y económico. Enmarcadas en la transparencia y la ética, ayudando a fortalecer la reputación” (Grupo Alpina S.A, 2018).

La compañía Alpina S.A., consciente del alto impacto que tiene en la sociedad, ha desarrollado un modelo de sostenibilidad enfocado en los aspectos sociales, económicos y ambientales, en donde el principal insumo es el dialogo continuo con los distintos grupos de interés como son los propios colaboradores, los ganaderos, los distribuidores y los clientes, todo esto con el fin de poder desarrollar iniciativas y proyectos que garanticen la inclusión y el beneficio común en el desarrollo de mejores prácticas y la creación de valor.

### 4.3 Fundación Alpina



*Ilustración 15 Logo Fundación Alpina 2018. Recuperado de <http://fundacionalpina.org/>*

El principal objetivo de funcionamiento de la Fundación Alpina es el Mejoramiento de las Condiciones Económicas, Sociales y Educativas en mujeres y niños de zonas veredales, factores que tienen una clara incidencia

en el ámbito nutricional de las personas, es por esto que la fundación después de análisis sectoriales y de condiciones sociales, busca la implementación de proyectos que garantice la salud alimentaria y nutricional de estas comunidades, alineándose así también al cumplimiento de 6 de los ODS:



*Ilustración 16 Logo Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023. Recuperado de <http://corporativo.alpina.com.co/>*

### 4.4 Últimos proyectos de la Fundación

Fortalecimiento productivo de pequeños ganaderos del Cauca.

Inclusión productiva de familias WAYÚU en la medida y alta Guajira.

Colegios con Educación  
Alimentaria

## 4.5 Premios y reconocimientos



*Ilustración 17 Logo Premio Andesco a la Responsabilidad Social Empresarial 2017. Recuperado de <http://corporativo.alpina.com.co/wp-content/uploads/Informe-de-sostenibilidad-Alpina-2017-.pdf>*

Proyecto exitoso de  
acompañamiento y capacitación a 1400  
familias en Guachucal, Nariño.



*Ilustración 18 Logo Premio Bibo 2017. Recuperado de <http://corporativo.alpina.com.co/wp-content/uploads/Informe-de-sostenibilidad-Alpina-2017-.pdf>*

Reconocimiento a la gestión  
ambiental y los procesos de  
Sostenibilidad.



*Ilustración 19 Logo ConTREEbute. Recuperado de <http://www.contreebute.com/>*

Les otorgan el Sello Sostenibilidad  
de Icontec y ConTREEbute, capacitación  
de más de 1900 ganaderos

## 5. Análisis Comparativo Gloria S.A. Vs Alpina S.A.

Al hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, usualmente esta es asociada simplemente con donaciones o contribuciones económicas, pero su alcance es mucho más amplio y el impacto en los grupos de interés es sumamente significativo.

Con base en la información identificada de estas dos grandes compañías, se puede evidenciar claramente que aunque comparten fuertes similitudes como el sector de los lácteos, los productos alimenticios y grupos de interés similares, la orientación de estas en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial es muy diferente, notamos que la compañía GLORIA S.A. de Perú está mucho más enfocada en sus procesos de expansión y crecimiento, y evidentemente ha dejado considerablemente de lado proyectos importantes y de gran impacto para sus grupos de interés, y en los últimos años se ha limitado a contribuciones económicas y donaciones que aunque

son importantes no representan un alto impacto en la sociedad. En contraposición a lo evidenciado en la compañía Peruana, se ha podido identificar que la compañía ALPINA S.A. de Colombia se encuentra mucho más comprometida con sus proyectos no solo de RSE sino también de sostenibilidad, dando gran importancia a sus grupos de interés y al impacto que su actividad puede generar en ellos, de ahí sus importantes esfuerzos en esta materia los cuales se evidencian en las múltiples iniciativas sociales, además de los aportes económicos y educativos realizados y proyectados.

## 6. Conclusiones

Se comprende la importancia y el alto impacto que los procesos de Responsabilidad Social Empresarial de las compañías causan en los grupos de interés, de ahí que las acciones y decisiones de las compañías son trascendentales para el beneficio o afectación de los grupos de interés con que tienen interacción



Se identifica la necesidad de que la compañía Gloria S.A. incremente sus niveles de participación y desarrollo de proyectos de RSE, toda vez que su impacto e influencia en los grupos de interés es sumamente considerable y sus acciones son determinantes en el desarrollo de estos grupos de interés.

Se reconoce el buen trabajo de la compañía Alpina S.A. en materia de RSE y sostenibilidad con base en los importantes aportes a los grupos de interés principalmente mediante su fundación y su visión estratégica de Sostenibilidad.

Se identifica que la normatividad general en cuanto a RSE es insuficiente para garantizar el bienestar, la no afectación negativa y el desarrollo sobre los grupos de interés, de ahí que actualmente el grado de Responsabilidad Social Empresarial depende únicamente de la gestión e iniciativa propia de las compañías.

Es de gran importancia que la compañía Gloria S.A. con su llegada a

Colombia tras la compra de la empresa Algarra S.A., fortalezca sus procesos de RSE que tendrán un impacto directo sobre los grupos de interés en la sociedad colombiana.

## 7. Recomendaciones

Una vez concluido el análisis por medio del comparativo entre RSE del Grupo Gloria y del Grupo Alpina, se considera que:

Es necesario que las empresas del caso de estudio determinen el aporte económico que se brinda por medio de los proyectos realizados, para contribuir a los ODS: Hambre cero, Educación de calidad y vida de ecosistemas terrestres.

Es necesario ahondar más sobre la inmersión de la RSE como oportunidad de desarrollo en cumplimiento de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la agenda de 2030.

Es necesario que las empresas del caso de estudio tengan un

compromiso social más efectivo para una mayor integración y participación activa de la sociedad.

Empresas del sector lácteo Peruano y/o Colombiano implementen mecanismos, procedimientos similares a los de Gloria y Alpina para trabajar en la RSE como modelo de valor compartido.

## 8. Bibliografía

- Bell, D. (1965). The Corporation and Society in the 1970's. *The Public Interest*, 1.
- Bowen, H. (1953). Social Responsibilities of the businessman. En H. Bowen, *Social Responsibilities of the businessman*.
- Cajiga, J. (2018). *Centro Mexicano para la filantropía (CEMEFI)*. Obtenido de [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En C. d. Europeas, *Libro Verde, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (pág. 7). Bruselas: 2001.
- Drucker, P. (1996). La gestión en tiempos de grandes cambios. En P. Drucker, *La gestión en tiempos de grandes cambios*. (pág. 83). 1996.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The Sunday Times Magazine*.
- García, Q. (18 de 02 de 2016). *Mans Unides*. Obtenido de <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>
- Grupo Alpina S.A. (2018). *Grupo Alpina S.A.* Obtenido de <http://corporativo.alpina.com.co/quienes-somos/historia/>
- Grupo Gloria S.A. (2018). *Grupo Gloria S.A.* Obtenido de <http://www.grupogloria.com/gloria/HISTORIA.html>
- Lefort, F. (2003). Gobierno Corporativo, ¿Que es? y ¿ Como andamos en casa? Chile, Santiago de Chile.
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Reino de los Países Bajos. (2018). *Proyecto Negocios Responsables*. Obtenido de [http://www.negociosresponsables.org/documentos/guias/7\\_guia\\_participacion\\_activa\\_comunidad.pdf](http://www.negociosresponsables.org/documentos/guias/7_guia_participacion_activa_comunidad.pdf)
- Organización Internacional del Trabajo. (2008). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---)

multi/documents/publication/wcms\_142694.pdf

Saavedra, I. (2010). Introducción a la sostenibilidad y la RSC. En I. Saavedra, *Introducción a la sostenibilidad y la RSC* (pág. 69). NETBIBLO. S.L.

Yepes, G., Peña, W., & Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad del Externado de Colombia.



## FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Gloria como modelo de valor compartido		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Rey Jimenez	William Ricardo	
Bernal Torres	Viviana Angélica	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Paez Gomez	Andrea	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Negocios Internacionales	Pregrado	x
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogotá	2018	24
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Calidad de Vida	Quality of life	
Gobierno Corporativo	Corporate Governance	
Participación Activa de la comunidad	Active Community Involvement	
Responsabilidad Social Empresarial	Corporate Social responsibility	
Stakeholders	Stakeholders	
Valor Compartido	Shared Value	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>En el presente escrito se contrasta la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Gloria como modelo de valor compartido en los procesos empresariales, estableciendo el impacto en los enfoques tradicionales (económico-social), libre mercado, medio ambiental, gobierno corporativo, calidad de vida y participación activa de la comunidad, teniendo como punto de referencia los proyectos liderados y llevados a cabo por dicha compañía para generar un aporte, contribuir al progreso y satisfacer necesidades.</p> <p>Es por esto, que se utilizaran postulados tales como: Howard Bowen, Peter Drucker, Milton Friedman y Daniel Bell, para así poder comprender la parte teórica de la Responsabilidad Social Empresarial y su aplicabilidad. Luego se procederá con el análisis de la metodología del Grupo Gloria versus Grupo Alpina para concluir con las recomendaciones que se sugieren teniendo como base los objetivos de desarrollo sostenible.</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE  
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

**WILLIAM RICARDO REY JIMENEZ** con C.C. N° **1075654045** de Bogotá.

**VIVIANA ANGELICA BERNAL TORRES** con C.C. N° **1023922239** de Bogotá.

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título **Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Gloria como modelo de valor compartido** elaborada para efectos de optar por el título de **Profesional en Negocios Internacionales**).

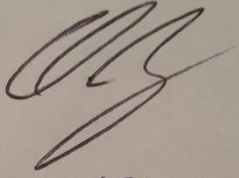
Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

Los autores de la obra, manifiestan de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

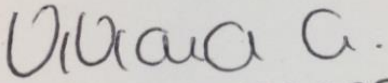
Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes de septiembre a los 18 días.

**FIRMAS**



C.C. 1075654045

**WILLIAM RICARDO REY JIMENEZ**  
**C.C. 1075654045**



C.C. 1023922239 Bto

**VIVIANA ANGELICA BERNAL TORRES**  
**C.C. 1023922239**

